

**PENGARUH FAKTOR LOKASI, PRODUK, PERSONAL SELLING, DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR DI YAMAHA MATARAM SAKTI
JALAN AHMAD YANI 148 PONOROGO**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Andri Fitriana Tunggal Dewi
NIM : 12412950
Program Studi : Manajemen**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Faktor Lokasi, Produk, *Personal Selling*, dan Layanan
Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di
Yamaha Mataram Sakti Jalan Ahmad Yani 148 Ponorogo

Nama : Andri Fitriana Tunggal Dewi

NIM : 12412950

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, Juli 2018
Pembimbing II

Pembimbing I



Drs. Sujiono, MM
NIDN. 0716065601



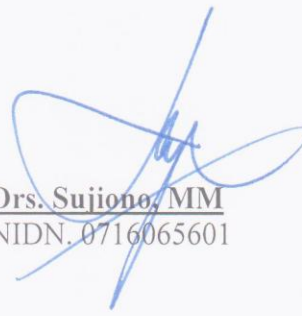
Edi Santoso, SE, MM
NIDN. 0711037401

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi




Titi Rapini, SE, MM
NIDN. 0005056301


Dosen Penguji :



Drs. Sujiono, MM
NIDN. 0716065601



Sri Hartono, SE, MM
NIDN. 0730127102



Adi Santoso, SE, MM
NIDN. 0727118803

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan di Mataram Sakti Cabang Ponorogo. Volume penjualan merupakan poin terpenting yang menunjukkan tingkat keberhasilan sebuah perusahaan. Menurunnya volume penjualan menjadi masalah utama karena berkaitan dengan keberlangsungan hidup dan tujuan-tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor lokasi, produk, *personal selling*, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Mataram Sakti Ponorogo.

Pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer pada penelitian yaitu metode survey dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada konsumen Mataram Sakti Ponorogo. Sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa literatur berupa buku maupun jurnal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas dan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Lokasi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 19,9%, Produk (X_2) sebesar 23,3%, *Personal Selling* (X_3) sebesar 27,2%, dan Layanan Purna Jual sebesar 21,9%. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Yamaha Mataram Sakti Ponorogo adalah *Personal Selling* sebesar 27,2%.

Kata kunci : *Lokasi, produk, personal selling, dan layanan purna jual.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Hirobbil Alamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat iman, islam dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Lokasi, Produk, *Personal Selling*, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Yamaha Mataram Sakti Jalan Ahmad Yani 148 Ponorogo”. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat. Peneliti sangat bersyukur atas selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dra. Umi Farida, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Drs. Sujiono, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuannya dan selalu sabar dalam menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi hingga akhirnya skripsi ini bisa

terselesaikan. Terima kasih atas segala bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan selama ini.

5. Edi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuannya dan selalu sabar dalam menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi hingga akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Terima kasih atas segala bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan selama ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat luas kepada peneliti selama perkuliahan, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat dan menjadi amal kebaikan bagi kita semua.
7. Bapak dan Ibu karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi masukan dan inspirasi bagi peneliti, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dan diperkenalkan dengan kalian semua, terima kasih banyak.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti

harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, Juli 2018

Peneliti



Andri Fitriana Tunggal Dewi

NIM. 12412950



MOTTO

"Selesaikan apa yang telah kamu mulai"

"Man Jadda Wajada. Barangsiapa bersungguh-sungguh, maka dia akan berhasil"



"Silakan bersedih atas kegagalan atau permasalahan dalam hidupmu. Namun segeralah bangkit. Tetap semangat! ☺"



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Juli 2018



Andri Fitriana Tunggal Dewi
NIM. 12412950

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Motto	vii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	11

2.1.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.1.2 Lokasi.....	14
2.1.3 Produk.....	17
2.1.4 Promosi	20
2.1.4.1 Pengertian Personal Selling.....	22
2.1.4.2 Tujuan Personal Selling.....	23
2.1.4.3 Fungsi Personal Selling.....	24
2.1.4.4 Langkah-langkah <i>Personal Selling</i>	25
2.1.5 Layanan Purna Jual	26
2.1.5.1 Pengertian Layanan Purna Jual	26
2.1.5.2 Strategi Layanan Purna Jual	28
2.1.6 Konsumen	29
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	33
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
2.1.7.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Berfikir.....	38
2.4 Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.2.1 Populasi Penelitian.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian.....	42

3.3 Metode Pengambilan Data.....	42
3.3.1 Observasi.....	42
3.3.2 Kuesioner	43
3.3.3 Library Research	43
3.4 Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1 Variabel Independen (X).....	44
3.4.2 Variabel Dependen (Y).....	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	48
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.5.4 Koefisien Determinasi	49
3.5.5 Uji t (Uji Parsial).....	49
3.5.6 Uji F (Simultan).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	51
4.1.1.1 Profil Mataram Sakti	51
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Filosofi Perusahaan	52
4.1.1.3 SDM dan Struktur Organisasi Perusahaan	53
4.1.1.4 Operasional Mataram Sakti Ponorogo	57
4.1.1.5 Pemasaran Mataram Sakti Ponorogo	61
4.1.1.6 Keuangan Mataram Sakti Ponorogo	61

4.1.2 Hasil Pengumpulan Data.....	62
4.1.3 Karakteristik Responden yang Dapat Diolah.....	63
4.1.4 Gambaran Umum Variabel Penelitian	66
4.1.4.1 Lokasi (X1).....	66
4.1.4.2 Produk (X2)	68
4.1.4.3 <i>Personal Selling</i> (X3).....	71
4.1.4.4 Layanan Purna Jual (X4).....	74
4.1.4.5 Keputusan Pembelian (Y).....	77
4.1.5 Metode Analisis Data.....	80
4.1.5.1 Uji Validitas.....	80
4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	82
4.1.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4.1.5.4 Koefisien Determinasi.....	86
4.1.5.5 Uji t (Parsial)	87
4.1.5.6 Uji F (Simultan).....	89
4.2 Pembahasan	90
4.2.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.2.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.2.3 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	93
4.2.4 Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan.....	97
1.2 Saran	99

Daftar Pustaka	101
----------------------	-----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Mataram Sati 2014-2016.....	6
Tabel 4.1 Jabatan dan Kualitas Karyawan	57
Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner yang Dapat Diolah	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Umur	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi (X1).....	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Produk (X2).....	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Personal Selling</i> (X3).....	72
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Layanan Purna Jual (X4).....	75
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda	84
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4.15 Hasil Uji t	88
Tabel 4.16 Hasil Uji F	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Polreg Ponorogo 2016	5
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Model Lima Tahap.....	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mataram Sakti Ponorogo	54
Gambar 4.2 <i>Layout</i> Dealer Mataram Sakti Ponorogo.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Uji Regresi Berganda

